

Зайнуллин Р.А.  
Научный руководитель Керимов Т.Х.  
д-р филос. наук, проф.

## **Роль медиа в формировании актуальной картины мира**

Начать стоит с определения продукта медиа – с информации. Теоретик и практик в области исследований операций Стаффорд Бир говорил: «Информация - это данные, которые меняют нас» [1, С. 252]. Человеческое внимание можно изменить - отсюда возникла идея «экономики внимания». Также стоит помнить, что в современном мире информационные и коммуникационные технологии имеют очень большое значение.

Современный мир настолько наполнен медиа и медиа ресурсами, что становится сложно разобраться в этом потоке информации и определить струю истины в глобальном потоке информации, фактов и доводов о ситуации в современной картине мира вне поле нашего видения. Таким образом, нам становится ясно, что информацию вне поля нашего видения и практической реальности нам может принести только медиа ресурсы. Но такой способ познания мира вне нашей практики несёт много неизвестного и множество подводных камней в которых стоит разобраться, для того чтобы увидеть конкретику и правду в этом потоке информации.

Первое, что мы можем знать, как люди способные к критическому анализу и мышлению категориальным способом, это то, что медиа в большей своей части принадлежат государству, так как именно оно дает право, разрешение на медиа деятельность разным компаниям и сообществам. Это четко показывает, кто курирует поток информации, который идёт обывателю. Государство, не стесняясь, манипулирует через медиа общественным сознанием. Ведь информация – это важнейший продукт современного общества. Вся совокупность всего представляемого на ТВ служит задаче: лишить зрителя способности самостоятельно воспринимать и оценивать

происходящее, что много раз говорилось в контексте того что государство формирует картину мира обывателю.

В своей книге «Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов» исследователь данной проблемы К. Х. Каландаров говорит: «...Манипулирование сознанием возможно только благодаря контролю над информацией и коммуникацией, которые определяют установки, представления, правила и образцы человеческой деятельности. Манипуляция, как правило, нацелена на то, чтобы заставить большинство (или меньшинство) участвовать (или не участвовать) в укоренившейся практике. Она есть одно из основных средств социального контроля, и базируется, прежде всего, на жестком использовании информационного аппарата и аппарата формирования идей. Информация сегодня — это источник реальной силы, поэтому тот, кто владеет информацией, владеет всем» [2, С. 31].

Медиа стала возможна именно в информационном обществе, где информация это и орудие труда, и эквивалент валюты. Значит, кто владеет информацией, как сказал Каландаров, владеет всем. Следовательно, современный медиа мир больше похож на игру интересов, чем на творчество отдельных людей. Такая игра интересов, безусловно, не может сформировать актуальную картину мира с точки зрения критерия истины. Манипулирование связано с целенаправленным искажением информации. При этом особую роль играет символизация информации, которая напрямую связана с созданием «воображаемых миров».

В таком случае, при монополии на распространяемую информацию в обществе в силу вступают бинарные законы, когда на проблему можно смотреть с положительной и отрицательной стороны. В данном случае, какую точку зрения принять или воспроизвести, может решить только индивид, владеющий разумом способным к анализу и синтезу полученных данных. Из этого следует, что сформировать актуальную (нужную кому-то) картину мира можно далеко не в каждом. Актуальность идет вразрез практической деятельности, так как в практической реальности индивида всё достаточно

просто, понятно, закономерно, вне поля его зрения формируется реальность, к которой он может причаститься только через средства масс медиа. Потребитель пассивен.

В своем докладе «От Маркса к Христианству и обратно» немецкий философ Руд Вальтен говорит, цитируя Маркса: «...в рукописях 1844 г. Маркс пишет: «Это как в религии, чем больше человек помещает свою жизнь в Бога, тем меньше он принадлежит себе». Из данного тезиса мы можем сказать, что медиа является сферой жизни человека, которой он себя посвятил наравне с религией. А так как медиа является сконструированной человеком реальностью, человек ответственен перед другим человеком за формирование картины мира. Медиа более не является процессом, который человек запустил и он развивается по своим законам. Медиа наполнена продуктом современности – информацией, а тот кто ей владеет тот.... Это значит что ответственность вся лежит на плечах человека и он в своих интересах формирует актуальную картину мира, которая не всегда правдоподобна в силу того что мы имеем дело с понятийным аппаратом, о котором говорил Кант, когда предмет в сознании существует как понятие о предмете и не больше.

Если большинство медиа находятся в руках заинтересованных лиц, то каким образом мы можем в нашем сознании сформировать актуальную картину мира? Каким образом человек может получить правду о ситуации в мире или хотя бы то, что похоже на правду?

Ответ на эти вопросы в наш мир приносят независимые медиа, или контрмедиа ресурсы. Они занимаются тем, что берут образ из уже представленного в медиа и изменяют или дополняют его таким образом, чтобы мы смогли посмотреть на проблему под другим углом. Они заставляют нас анализировать ситуацию, не быть пассивными.

Таким образом, медиа формируют пассивного потребителя, и за счёт этого человек не задумывается о происхождении информации, а просто её потребляет, так как уверен, что она истинна, ведь в нём от рождения наравне со вкусами, производными маркетинга, заложено, что медиа принадлежат тем, кто

выше его, а кто выше и старше, не может лгать ведь «взрослые не врут», это то, что заложено от рождения в современном человеке.

Олег Киреев в своей книге «Поваренная книга медиа активиста» говорит: «...сейчас демократическое государство преследует цель не развить возможности, повысить уровень знаний своих граждан, а, напротив, лишить их разума и самостоятельности. Поэтому мы избегаем употреблять слово «информация» в отношении ТВ, и предпочитаем в данном случае говорить: «дезинформация», «дезинформационное общество». Пассивный потребитель информации медиа, которая находится во власти заинтересованных людей, не способен сформировать истинную картину мира, способен лишь считать, что она является актуальной, но на самом деле он заблуждается» [3].

Безусловно, нельзя отдавать медиа все сто процентов в формировании у человека картины мира. Часть этой картины формируется на личном опыте и наблюдении за окружающими, и, конечно же, при собственном анализе. Но так как мы живём в информационном обществе, актуальную картину мира в своём большинстве нам формируют медиа, что стоит принять как должное, но не забывать ни на минуту о том, что информация не вся есть истина.

#### Список литературы

1. Бир С. Кибернетика и управление производством. М., 1965.
2. Каландаров К. Х.. Управление общественным сознанием. М., 1998.
3. Киреев О.И. Поваренная книга медиа активиста. М., 2006.